

A burguesia vai ao paraíso – A representação do Brasil rico na comédia cinematográfica contemporânea

Flávia Seligman¹
Araci Koepp dos Santos²

Este texto faz parte da pesquisa *Olhares sobre o trabalho no cinema brasileiro: da representação do protagonista ficcional à documentação do personagem real*, recortando a representação da burguesia nas comédias populares do cinema brasileiro contemporâneo. O modo como os dramas e costumes da burguesia nacional aparecem, são retratados e discutidos reflete um aspecto significativo da produção cinematográfica que, de certo modo, afasta-se da discussão social.

Palavras-chave: cinema brasileiro, trabalhador, retomada, comédia popular.

The high society goes to paradise – The representation of the rich part of Brazil in contemporary Brazilian cinematographic comedy of manners. This paper is part of the research project *Looking at work in the Brazilian cinema: From the representation of the fictional protagonist to the documentation of the real life character*. It describes the representation of the high society in the contemporary Brazilian cinema. The way in which the conflicts and habits of the high society appear, are depicted and discussed reflects a significant aspect of the Brazilian cinematographic production, which in a way is bypassing the discussion of social issues.

Key words: Brazilian cinema, worker, new Brazilian cinema, comedy of manners.

Este texto hace parte de la investigación *Miradas sobre el trabajo en el cine brasileño: de la representación del protagonista ficcional a la documentación del personaje real* y tiene como objetivo analizar la representación de la burguesía en el cine brasileño contemporáneo. La representación de los conflictos y costumbres de la burguesía se está alejando de la discusión social y acercándose de la comedia popular, hecho que refleja un aspecto significativo de producción cinematográfica brasileña.

Palabras clave: cine brasileño, trabajadores, cine contemporáneo, comedia.

¹ Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, RS. E-mail: flavias@unisinos.br.

² Acadêmica do Curso de Realização Audiovisual da UNISINOS, RS. Bolsista Unibic, 2007. E-mail: arasantos@uol.com.br.

Introdução

Este artigo foi produzido com base na pesquisa *Olhares sobre o trabalho no cinema brasileiro: da representação do protagonista ficcional à documentação do personagem real*, desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS.

Neste trabalho, foi realizado um levantamento criterioso da produção cinematográfica do período conhecido como Retomada do Cinema Brasileiro. Tratou-se de um estudo investigativo utilizando como recorte filmes de longa-metragem de ficção que tenham sido exibidos no circuito comercial. Foram respeitadas, no conjunto dos filmes, a diversidade temática e a descentralização da produção, tendo sido examinados filmes produzidos tanto nos pólos cinematográficos como Rio de Janeiro e São Paulo, como produções regionais que tiveram sede em Pernambuco e no Rio Grande do Sul, dois estados que demonstram grande potencial na área do audiovisual.

Foram levantados, vistos e analisados 37 filmes, com um primeiro critério que deveriam ter seu cenário no Brasil e uma abordagem contemporânea, ou seja, não poderiam ser filmes de época. Na primeira etapa, não foi feita uma opção por gênero, uma vez que era necessário conhecer o universo demonstrativo da produção no período escolhido, a saber, de 1997/1998 a 2005/2006, quando as produções nacionais produzidas com verbas captadas pelas leis de incentivo fiscal apresentaram números significativos de estréias e público.

Segundo o levantamento feito pelo livro *Cinema Brasileiro 1995-2005 – revisão de uma década* (Caetano, 2005) o ano de 1997 computou 24 estréias de filmes brasileiros (1ª exibição pública – festivais e/ou lançamento comercial), com 2.401.959 espectadores, ocupando 4,62% do mercado de cinema no país. Este número cresceu durante a década chegando a 2004 com 48 estréias, 16.410.957 espectadores e uma ocupação de 14,30% do mercado.

Com base na análise destes 37 filmes, recortamos mais uma vez a pesquisa com a finalidade de trabalhar com a comédia de costumes, visto que é um gênero recorrente em importância na história do cinema brasileiro. Diferentemente do que apresentou em momentos anteriores, a comédia de costumes da Retomada tem seu foco agora para a classe média alta, ou seja, para o público que hoje em dia constitui o espectador de cinema nacional nas salas de exibição.

Elegemos então os filmes *A Partilha* (2001), *A dona da história* (2004), e *Se eu fosse você* (2005), todos dirigidos

por Daniel Filho, e *Sexo, amor e traição*, de Jorge Fernando (2004), para analisarmos as personagens e suas representações sociais. Estes filmes foram escolhidos criteriosamente para que se possa recortar a pesquisa, agrupando títulos que contivessem identidades de gênero e de temática.

Todos os filmes são comédias de costumes, baseadas em fatos do cotidiano e calcadas em personagens burgueses; a narrativa dos filmes selecionados é semelhante à da telenovela contemporânea, principalmente as da Rede Globo, levando para a tela grande do cinema história, atores, diretores e uma estética já conhecida e aprovada pelos espectadores de televisão. As referências são quase óbvias e a trama transcorre linearmente, sem surpresas. É este caráter de televisão que baliza os filmes analisados. Mesmo *A Partilha*, que foi adaptado do texto teatral homônimo de Miguel Falabella, apresenta uma estética televisiva que trabalha com personagens caricatos, exclui os tempos mortos e desenvolve a trama num universo próprio, numa cidade criada única e exclusivamente para esta história.

São filmes que foram programados para atingir um grande público e conseguiram bons números de bilheteria. Segundo o site oficial da Ancine (2007), Agência Nacional de Cinema, *A partilha* teve 1.449.411 espectadores; *A dona da história*, 1.271.415; *Se eu fosse você*, 3.644.956, e *Sexo, amor e traição*, 2.219.423 espectadores.

O ciclo da retomada e seu público

O ciclo da Retomada do Cinema Brasileiro é considerado aquele que inicia após o governo de Fernando Collor de Mello, com uma nova concepção de produção audiovisual no país e a entrada de recursos fundamentais provenientes do mercado, via leis de incentivo fiscal à cultura. A palavra retomada foi utilizada por estar o cinema nacional mais uma vez saindo da ínfima produção e da falta de recursos que ocasionou a fase anterior. Segundo Seligman:

Retomar significa “tomar novamente, reaver, recobrar, recuperar”. Sem a participação do Estado e com uma economia instável, a produção nacional do período imediatamente pós-Collor, praticamente parou. Nos primeiros anos os únicos filmes brasileiros lançados no mercado foram aqueles que já estavam quase ou totalmente finalizados antes do fechamento da Embrafilme, ou então,

filmes que não dependiam de verba pública para sua realização (Seligman, 2006, p. 69).

É um período marcado por uma produção voltada para o mercado com um forte apoio da iniciativa privada através do incentivo fiscal. O conjunto de filmes forma uma safra heterogênea que privilegia tanto títulos que agradam ao grande público, quanto produções experimentais, documentários e filmes regionais, que ganham o gosto de um espectador diferenciado (críticos, artistas, trabalhadores do meio cinematográfico) ou da imprensa.

No Rio de Janeiro, a produção cinematográfica é mais voltada ao grande público com uma afluência de comédias e filmes intencionalmente populares que contam com a importante participação da Globo Filmes, empresa ligada ao grupo Marinho, com foco na fatia de mercado do cinema.

A Globo Filmes entrou no mercado cinematográfico brasileiro em 1998, trabalhando como produtora, coprodutora e promotora de filmes e estabelecendo parcerias com distribuidoras nacionais e internacionais. Desde o início das suas atividades, a empresa tem conseguido obter ótimos números de bilheteria³; o filme *Dois filhos de Francisco*, de Breno Silveira (2005), passou dos 5 milhões de espectadores, *Carandiru*, de Hector Babenco (2003) teve pouco mais de 4 milhões, *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles (2002), e *Olga*, de Jayme Monjardim (2004), alcançaram a casa dos 3 milhões. A empresa escolhe muito bem os projetos que vai apoiar, estendendo, dessa forma, o “padrão Globo de qualidade” para as telas do cinema.

A comédia popular e a retomada

Segundo o cineasta cubano Tomás Gutiérrez Alea, o cinema se fez “popular” “não no sentido de ser a expressão de um povo, dos setores mais oprimidos e mais explorados por um sistema de produção alienante, mas porque conseguiu atrair um público indiferenciado, majoritário, ávido de ilusões” (Alea, 1984, p. 26).

Na história do cinema brasileiro não foi diferente: sempre que o filme nacional conseguiu atrair um número

considerável de espectadores, ele se utilizou de temas de fácil identificação, de artistas conhecidos primeiro pelo rádio e depois pela televisão, e do gênero comédia, associado ao musical, ao erótico, etc.

É o caso da comédia de costumes, que ridiculariza os modos, costumes e aparência de um determinado grupo social ou de uma determinada sociedade. Sempre contemporânea, a visão satírica da sociedade muitas vezes impregna nestas obras um caráter ideológico acessível ao público, uma vez que o próprio gênero comédia já é tradicionalmente de fácil entendimento, para ser apreciado por um público cada vez mais abrangente. Este gênero, tão presente em outros momentos em que o cinema estreitou os laços com o público, como nos ciclos da chanchada e da pornochanchada, aparece novamente, só que agora revestido de muita sofisticação e tendo como protagonista a classe média alta – tal qual o público que se faz presente nas salas de exibição.

Durante décadas e passando por quase todos os ciclos da sua história, o cinema nacional, com o público e nunca teve uma teia estável e duradoura. Nos anos 30 e 40 as comédias carnavalescas feitas no Rio de Janeiro, conhecidas como chanchadas, atraíam um bom número de espectadores que identificavam de imediato os ídolos do rádio, as marchinhas de carnaval e os comicos que faziam sucesso repetindo velhos jargões da farsa e da comédia de costumes.

Já nos anos 70, a pornochanchada alia um componente de erotismo ao tradicional enredo das comédias de costumes e novamente estreita os laços com o público popular, com títulos simplórios e histórias que, basicamente, versavam sempre sobre o mesmo enredo: encontros e desencontros amorosos, alguma confusão engraçada e um final feliz. Os filmes trabalharam novamente com um elenco conhecido pela televisão, substituindo as vozes familiares do rádio, e com histórias mundanas, sem surpresas nem novidades. Se, por um lado, a pornochanchada foi responsável por atrair o público de classe média ao cinema, por outro foi também responsável por dar ao filme nacional a alcunha de “filme com palavrão e mulher pelada”, contribuindo para uma imagem deturpada e preconceituosa que perdurou até o período recente.

Nos momentos anteriores, a comédia era um gênero que agradava a classe média e a classe média baixa, enquanto que o cinema da Retomada passa a atingir outra faixa de público. As comédias se multiplicam, mas agora com um requinte próprio para agradar também um público

³ Ver Globo Filmes (2007).

mais exigente e que tem como referência uma produção audiovisual de alta qualidade na televisão.

De caráter heterogêneo e de fácil comunicabilidade, estes filmes tendem ao bom entendimento com o público em todas as janelas de lançamento. Num primeiro momento nas salas de exibição, fazendo uma bilheteria às vezes boa para o período (como *Se eu fosse você*). Num segundo momento, e aí numa abrangência maior, os filmes passam para o mercado de aluguel e venda de DVDs (legais ou piratas), atingindo um número bem maior de espectadores e, por fim, ocupando o espaço (mínimo) reservado nas redes de televisão, pagas e abertas.

O Ciclo da Retomada estabelece novamente a relação com o público que, durante os anos 80, foi se esvaindo até ficar quase nula no início da década de 90. Esta relação, porém é diferente da estabelecida nos períodos anteriores: o mercado mudou, os filmes mudaram e o público mudou. Do público popular que freqüentava as salas de exibição dos centros das grandes cidades sobrou muito pouco. As grandes cidades praticamente não possuem mais os chamados cinemas de calçada, que foram trocados pelos complexos de exibição situados nos *shopping-centers* e, apesar dos números divulgados pela imprensa e os sites das produtoras comemorarem a boa safra, o público que hoje freqüenta as salas de exibição é bem menor do que em épocas passadas e faz números consideráveis, mas baixos se comparáveis com os momentos anteriores.

De acordo com o Secretário Nacional do Minc (Ministério da Cultura), professor José Alvaro Moisés, entre meados dos anos 80 e início dos anos 90 o cinema brasileiro perdeu mercado, chegando a ocupar em 1990/1991 – período que o Governo Collor praticamente inviabilizou a produção cinematográfica nacional – menos de 1% das salas de exibição. [...] Em termos de público, entre 1995/1998, o cinema brasileiro foi assistido por mais de 10 milhões de pessoas e, em 1999 – até meados de junho – cerca de 3,7 milhões de espectadores assistiram filmes nacionais, o que é muito pouco considerando-se, dentre outras coisas, que há 30 anos esses filmes eram assistidos por 35% de pessoas que freqüentavam as então 3.600 salas de projeção existentes em todo o país (Reis, 2003).

O Brasil está entre os cinco maiores mercados mundiais de *homevideo*. Entretanto, a grande maioria dos filmes lançados no Brasil é de produção estrangeira, principalmente americana. O filme brasileiro está começando a participar deste mercado. Praticamente todos os títulos nacionais que têm algum tipo de parceria com a

Globo Filmes e algumas produções independentes conseguem ser lançados em DVD; isso ainda é muito pouco para um mercado com grande potencial de crescimento.

O filme nacional não tem espaço garantido na TV aberta, onde, mais uma vez, a produção norte-americana é predominante. Uma ou duas vezes por ano a Rede Globo realiza o Festival Nacional, no qual, em uma ou duas semanas, veicula diariamente filmes nacionais em horário nobre, obtendo bons índices de audiências; alguns alcançam a média de 40 pontos no IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística. Segundo artigo da revista *Cinética* (Mecchi e Valente, 2007), *O homem que copiava*, de Jorge Furtado (2003), exibido recentemente na TV Globo, obteve 41 pontos.

A burguesia nacional e sua representação

Se, na tela do cinema, a vida da burguesia é representada com muito glamour, na vida real esse glamour continua presente. Segundo Paul Singer (1981) em *Dominação e desigualdade: estrutura de classe e repartição de renda no Brasil*, a burguesia é a classe social que possui o mais elevado nível de renda, domina os meios de produção e de controle social. Pode ser empresarial, quando composta por empresários e empregadores em geral, e gerencial, composta por administradores de empresas, funcionários de alto escalão do setor público e de entidades sem fins lucrativos, como universidades e hospitais.

Segundo artigo de Elisa Reis (2000) publicado na *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, *Percepções da elite sobre pobreza e desigualdade*, a burguesia brasileira reconhece que a desigualdade social é uma ameaça à manutenção da ordem e da segurança, mas ela não se vê como parte ou como um meio para solucioná-la. Ao mesmo tempo em que utiliza o Estado para manter o seu *status quo*, culpa-o pela falta de sucesso das políticas sociais, mostrando-se um pouco egoísta e sem responsabilidade social. A burguesia reconhece o problema da desigualdade social, mas seus esforços são para que os problemas gerados por esta questão não a atinjam, em vez de contribuir efetivamente para amenizá-lo ou solucioná-lo.

No artigo *Para que serve a história econômica? – Notas sobre a história da exclusão social no Brasil*, João Fragoso (2002) traça uma breve avaliação da situação econômica da sociedade brasileira. Quem era pobre, continua pobre, quem

é rico, muito rico, sempre consegue manter os seus interesses em evidência. Já quem se equilibrava na corda bamba social como a classe média, tem encontrado dificuldades para se manter estável, ou cai para o lado dos menos favorecidos pertencentes à classe baixa ou para o lado da classe alta.

O abismo social é um fenômeno que vem sendo observado de perto por economistas nos últimos anos. Segundo dados do IBGE disponíveis na *Síntese de indicadores sociais 2006*, a elite da sociedade brasileira corresponde a 10% dos mais ricos da população, com renda média nacional de R\$ 3.579,82; na região sudeste, este valor sobre para R\$ 5.260,54; os 40% mais pobres da população possuem renda média nacional de R\$ 226,32; no sudeste, a renda média é de R\$ 285,01.

A situação socioeconômica da burguesia brasileira é confortável. O homem, ou marido é quem mais contribui financeiramente para a renda familiar. A família é pequena, tendo, em média, três integrantes, pai, mãe e apenas um filho. O nível de escolaridade é o mais alto quando comparado com outros níveis sociais, tendo em média 12 anos de estudo. A moradia é, na sua maioria, própria, e possui acesso a todos os serviços básicos como iluminação, saneamento básico, coleta de lixo e telefone fixo, e aos principais bens duráveis, como computador, televisão, máquina de lavar roupa, geladeira e freezer⁴.

A burguesia brasileira é também uma grande consumidora de cultura, como cinema, teatro, shows nacionais e internacionais, espetáculos diversos, livros, CDs e DVDs. Sobre a internet, 52% da classe alta acessa a rede todo dia, e 27% das pessoas que pertencem a esse nível social compram produtos através de sites, tornando-se um público consumidor com grande potencial de crescimento. É também o principal público das salas de cinema devido ao alto preço do ingresso; no final de semana, por exemplo, o preço médio do ingresso é em torno de R\$ 14,00 e R\$ 16,00.

Outro aspecto interessante a respeito da elite diz respeito às condições dos idosos. A terceira idade deste nível social vive sem preocupações, principalmente porque se prepararam para este momento, acumulando bens materiais e reservas financeiras durante o período em que foram economicamente ativos. Possuem plano de saúde, acompanhamento médico constante, têm uma boa alimentação e realizam exercícios físicos regularmente, viajam e fazem cursos de línguas e informática.

A questão da representação das identidades no cinema brasileiro esteve sempre presente e modificou-se

de acordo com a intencionalidade e a ideologia do período ou do grupo realizador dos filmes. Dos ciclos regionais ao nacionalismo de Humberto Mauro, das chanchadas pueris aos refinados dramas com estética européia da Vera Cruz, os filmes mudaram e revestiram-se de questões relativas à época em que foram realizados e, principalmente, ao destino que lhes era concebido.

O conceito de identidade do cinema brasileiro aqui é visto, conforme Hall (2006), como fragmentado em várias identidades. Não mais um cinema unificado, como nos anos 60 no movimento conciso do Cinema Novo, mas um cinema multifacetado, com várias identidades formando a totalidade da cinematografia nacional. Nestas identidades variadas há que se levar em conta questões regionais, do cinema feito no eixo Rio-São Paulo e seu vínculo com as redes de televisão contrastando com o cinema feito em outros estados do país, como Rio Grande do Sul, Pernambuco e Ceará, a experimentação fruto das escolas de cinema em oposição ao cinema clássico em busca do público (como é o caso das comédias analisadas neste artigo) e a mais importante de todas as questões: a verba. Os filmes de baixo orçamento diferem radicalmente de filmes que contam com a captação de quantias significativas, no uso de equipamentos, nos traços mercadológicos e, claro nos fins (público) que justificam a formatação dos meios (narrativa, estilo, linguagem).

Análise dos filmes

Os filmes, suas histórias e realizadores

Os filmes escolhidos para serem analisados falam de assuntos cotidianos, *A partilha* conta a história de quatro irmãs que se reúnem após a morte da mãe para fazer a divisão dos bens da família. Em *A dona da história*, Carolina, aos 55 anos, tem a oportunidade de dialogar com a jovem que foi aos 18 e rever as suas escolhas. *Se eu fosse você* conta a história do casal Cláudio e Helena que vive uma situação inusitada quando um acorda no corpo do outro. A presença de visitas inesperadas desencadeia infidelidades, separações e reconciliações entre os casais Carlos e Ana e Miguel e Andréia no filme *Sexo, amor e traição*. Os personagens principais são todos vividos por atores conhecidos do público pela televisão.

⁴ Ver IBGE (2006), Síntese dos indicadores sociais 2006.

Para pensar neste cinema, em especial na comédia que transita lado a lado com o cinema de caráter social, é importante pensar não só no público, mas nos seus realizadores. Tanto Daniel Filho quanto Jorge Fernando têm origem na televisão, como atores e diretores, sendo que Daniel foi um dos responsáveis por criar conceitos e auxiliar a formatar na Rede Globo o padrão de qualidade que a fez destacar-se nacional e internacionalmente. Daniel também foi um dos responsáveis pelo lançamento da Globo Filmes e pela sua estratégia de mercado.

Esta formação em televisão e publicidade é visível nos filmes que apresentam uma estética *clean*, uma fotografia clara e sem grandes contrastes, cores homogêneas e harmônicas que formam um universo bonito de grande prazer visual. Todos os filmes citados acima foram produzidos em parceria com a Globo Filmes. Além de comédias ligeiras, de entendimento fácil e narrativas lineares, todos se passam na cidade do Rio de Janeiro, embora nem todos se utilizem deste cenário específico para contar a história.

Ao lado de filmes que expõem um país marcado pela violência social e pela miséria (tais como *O invasor*, de Beto Brant (2001), *Cidade de Deus*, de Fernando Meirelles (2002) e *Contra todos*, de Roberto Moreira (2004)) e filmes regionais que trabalham com universos específicos e não familiarizados pelo grande público (como a periferia de Recife, em *Amarelo manga*, de Cláudio Assis (2003), e um prostíbulo na floresta amazônica em *Anjos do sol*, de Rudi Lagemann (2006)), as comédias buscam um universo conhecido pelo público pela televisão e asséptico, para não causar nenhum desconforto ao espectador.

A única intenção destes filmes é entreter através de uma fórmula já conhecida. Atraindo um público que não tinha intimidade com a produção nacional e competindo com os filmes estrangeiros, a comédia de costumes da retomada aplica a fórmula das novelas de televisão e trabalha com conflitos açucarados da classe média e da classe alta e com seus agradáveis protagonistas. As personagens burguesas parecem todas saídas de uma trama televisiva. Todos os tempos são preenchidos com ações que envolvam diálogos ou música. O espectador não perde um minuto sequer. Não se trata de uma história reflexiva, mas de ação constante como se precisasse segurar o espectador para que ele não troque de canal no intervalo.

A representação da burguesia

Nos filmes analisados, é marcante a presença de personagens principais pertencentes a burguesia. Quase a

totalidade dos conflitos gira em torno do universo destas personagens, sempre às voltas com belas casas, carros modernos e bem cuidados, roupas da moda e empregos charmosos e seus conflitos amorosos. Não há discussão social, porque problemas como miséria, fome e violência não fazem parte da temática destes filmes e, conseqüentemente, da vida dos seus personagens.

Os fatos que delineiam a vida dos personagens são apresentados como definidos, sem qualquer possibilidade de questionamento. Não é feita uma discussão social, o que prevalece são os dramas e os conflitos internos, que se encontram no setor dos relacionamentos. Pelo que é apresentado nesses filmes, percebe-se que são pessoas providas de alguns bens, como casa própria ou carro, os personagens moram em grandes casas ou apartamentos em bairros nobres, dirigem os melhores carros, e os seus filhos estudam nas melhores escolas. Ou seja, possuem estabilidade financeira, o que possibilita a realização de certas extravagâncias, ou sonhos, como viagens internacionais.

São donos ou sócios de alguma empresa ou trabalham como *free-lancer*. No caso de casais, o homem tem um emprego mais rentável e de maior *status* do que o da mulher. A figura do marido/pai, provedor da família, também é inquestionável, e a esposa não trabalha ou, quando o faz, é apenas para ter uma ocupação além da casa.

São famílias ou parte delas que param para refletir sobre a sua vida, suas escolhas e o resultado dessas escolhas. Como acontece com a personagem principal do filme *A dona da história* ao imaginar o que poderia ter sido diferente na sua vida se tivesse feito escolhas diferentes, ou com as irmãs que têm que dividir a herança deixada pela mãe em *A partilha*.

Em *Se eu fosse você*, dirigido por Daniel Filho (2005), e *Sexo, amor e traição*, de Jorge Fernando (2004), a classe alta é representada através de profissões charmosas e bem remuneradas, principalmente ligadas às artes, à publicidade e ao *design*.

Os espaços e os universos onde acontecem os filmes também são restritos e de certa forma inimagináveis no Brasil. O Rio de Janeiro, usual como cidade sede das tramas estudadas não é um fiel retrato de si mesmo. Assim como grande parte das tramas desenvolvidas pelas telenovelas brasileiras, principalmente aquelas produzidas pela Rede Globo, os filmes trabalham com um Rio de Janeiro de ficção.

Tem-se, então, uma cidade fictícia reconfigurada conforme o propósito deste tipo de cinema, apagando traços marcantes como a miséria e a violência. Os trajetos dos personagens se deslocando até o trabalho ou no lazer passam por uma cidade idílica, linda, ensolarada e sem

nenhuma alusão à miséria e à violência que permeiam a Zona Sul carioca. Em *Se eu fosse você*, por exemplo, os personagens vivem em uma espécie de condomínio de classe alta com casas muito bonitas, piscinas e sem muros ou cercas de segurança. Em *Sexo, amor e traição*, acontece uma cena de assalto, mas ela acaba soando mais como uma *gag* do que como uma referência à violência urbana nas metrópoles.

Tal qual as paisagens da telenovela que mostram uma calçada beira-mar inexistente no Rio de Janeiro (segura e limpa) e um fluxo de pessoas de caminhando tranqüilamente à noite, os filmes ignoram a situação social do país e apagam os traços desinteressantes para o contar da história. Como a trama gira em torno do protagonista burguês e seu universo, o restante do país fica de fora, fazendo desta história quase uma trama universal. *Se eu fosse você* poderia passar numa ensolarada praia da Califórnia ou da Sardenha, tanto faz.

Ângela Prysthon, no artigo *Representações urbanas no cinema latino-americano contemporâneo*, evoca as cidades irreais, criadas a partir de um olhar específico sobre as cidades verdadeiras, mas com intenções e propósitos diferenciados do simples retrato. São cidades reconfiguradas de acordo com a intenção do filme.

Essas imagens, mesmo quando apreensões diretas do real (captações de cidades realmente existentes), mesmo quando guardam a exatidão de um referente indicial, remetem a uma fantasia de cidade. Muitas vezes se trata do estereótipo, do clichê: não são Buenos Aires, Santiago, Cidade do México ou Rio e Janeiro que estão realmente em jogo nessas representações, mas as imagens destas cidades que convêm às expectativas médias de uma idealização urbana. A representação urbana midiática é muitas vezes o resultado de um mosaico de postais já esperados (especialmente na televisão, através de novelas e seriados) (Prysthon, 2006, p. 6).

São recortes feitos na mesma cidade, mas que possam circunscrever a história num universo específico, neste caso no universo da burguesia, provocando um apagamento dos traços desinteressantes, como a miséria e a violência. A cidade torna-se, assim, um local de ficção, perfeito para o contar exclusivo das histórias.

Esta opção estética e temática adotada pelas comédias da Retomada faz com que estes filmes acabem por aproximar-se mais da televisão do que do próprio cinema brasileiro. Na identificação imediata, o filme não pega o espectador de surpresa e consegue trabalhar num universo conhecido, deslocando para as salas de exibição histórias

que poderiam compor novelas, minisséries ou seriados. O público atingido está, por sua vez, familiarizado com este conceito e com um padrão de qualidade estética desenvolvido e mantido pela televisão nacional. Já quando os filmes passam para uma janela posterior de exibição, como as vendas e aluguéis de DVD, e, depois, entram na grade de programação das emissoras, fazem-no com muita facilidade, por não destoarem do montante da produção.

Referências

- ALEA, T.G. 1984. *Dialética do espectador: seis ensaios do mais laureado cineasta cubano*. São Paulo, Summus, 114 p.
- ANCINE. 2007. Agência Nacional de Cinema. Acessado em: agosto de 2007, disponível em www.ancine.gov.br.
- CAETANO, D. (org.). 2005. *Cinema brasileiro 1995-2005 – revisão de uma década*. Rio de Janeiro, Azougue Editorial, 351 p.
- FRAGOSO, J. 2002. Para que serve a história econômica? – Notas sobre a história da exclusão social no Brasil. *Estudos Históricos*, 29 p.
- GLOBO FILMES. 2007. Acessado em: 20/08/2007, disponível em: www.globofilmes.com.br.
- HALL, S. 2006. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro, DP&A, 102 p.
- IBGE. 2006. Síntese dos indicadores sociais 2006. Acessado em: 20/05/2007, disponível em: www.ibge.gov.br.
- MECCHI, L. e VALENTE, E. 2007. Cinema Brasileiro para quem?, *Cinética*. Acessado em 20/08/2007, disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/brasilpraquem2.htm>.
- PRYSTHON, A.F. 2006. Representações urbanas no cinema latino-americano contemporâneo. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXIX, Brasília, 2006. *Anais...* São Paulo, Intercom, 29:1-12.
- SELIGMAN, F. 2006. Multiplicidade e diversidade no cinema brasileiro da retomada. In: V.C. BRITTOS (org.), *Comunicação na fase da multiplicidade da oferta*. Porto Alegre, Nova Prova, p. 69-85.
- SINGER, P. 1981. *Dominação e desigualdade: estrutura de classes e repartição de renda no Brasil*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 185 p.
- REIS, E. 2000. Percepções da elite sobre pobreza e desigualdade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 15(42):143-152.
- REIS, R.R. 2003. Cinema brasileiro e público: o que a educação tem a ver com isso? *Ciberlegenda*, 11. Acessado em 16/08/2007, disponível em: www.uff.br/ciberlegenda.

Submetido em: 25/08/2007

Aceito em: 19/10/2007